

ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを 習得する困難さ

— 実践日本語コミュニケーション検定結果から —

小西 由樹子

目 次

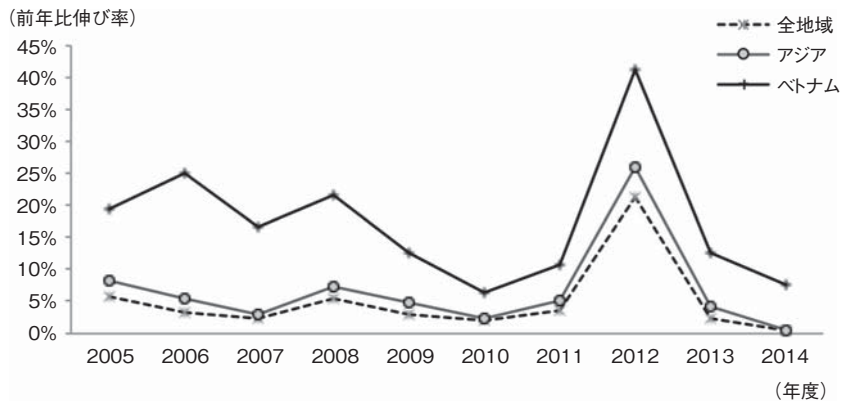
1. はじめに
2. 先行研究レビュー
3. 分析の枠組み
4. 定量分析結果と考察
5. 定性分析結果と考察
6. 結論と今後の課題

1. はじめに

本調査の目的は、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際の困難さを異文化マネジメントの観点から検討することである。筆者はグローバル・マインドセットの育成に関する研究を行っている。グローバル・マインドセットとは、「異文化に起因する多様性を意識して受け入れる性格と、この多様性を統合できる能力をあわせ持つものである(筆者訳)」(Gupta & Govindarajan, 2002)。第2言語を習得する過程は、グローバル・マインドセットの育成の一つの方法である。なぜなら人が第2言語を習得する際には、その言語の単語や文法知識を身につけるだけでなく、その言語が使われている国の文化に埋め込まれた価値観やコミュニケーションの方法も理解しなければならないからである。Hall (1976, 邦訳, p.72) も、「言語なくしてはコミュニケーションはありえないのであり、それゆえ、文化もコミュニケーションも言語に依存せざるをえないのである」と述べている。しかし、本稿は日本語を学ぶベトナム人のグローバル・マインドセット育成過程を分析するものではない。そうではなく、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際の困難さを検討することで浮かび上がってくる日本の文化の特性を日本人が理解し、これら文化の違いを統合できる日本人のグローバル・マインドセット育成を目的としている。つまり、本稿を通して自国の文化を外から観察者として「エティックの立場」から見るのが、日本人のグローバル・マインドセット育成に有効な手段になりえると考えているのである。

次に、調査の背景を説明する。近年、日本企業のベトナム進出が増えている。経済産業省「海外事業活動調査」（経済産業省, 2016）によると、日本企業の現地法人数は増加を続けており、中でもベトナムの前年比増加率は全地域とアジア全体を上回っている（図1）。

図1 日本企業の海外現地法人数（前年比伸び率）



（注） 経済産業省「海外事業活動調査」を基に筆者作成

また、ベトナムサイドを見ると、日本への留学生や日本語を学ぶ人が増加している。日本学生支援機構「外国人留学生在籍状況調査」（日本学生支援機構, 2016）の出身国（地域）別留学生数を見ると、ここ2、3年でベトナム出身の留学生が急増し、2015年5月現在38,882人と中国に次ぐ第2位となっている（表1）。また、ベトナム国内でも日本語を学ぶ人々が増加している。ベトナムでは、2003年から中学校や高校で日本語が第一外国語科目として取り入れられていることもあり、国際交流基金「2012年度日本語教育機関調査」によると、ベトナムでの日本語学習人口は世界第8位の46,762人である。また、日本語を学ぶ目的が、日系企業への就職や今後の昇格であることも、ベトナム人の日本語学習者の特徴である（国際交流基金, 2016）。

表1 出身国（地域）別留学生数

国（地域）名	留学生数（人）	構成比（%）
中 国	94,111	45.20%
ベトナム	38,882	18.70%
ネパール	16,250	7.80%
韓 国	15,279	7.30%
台 湾	7,314	3.50%
合 計	208,379	100.00%

（注） 日本学生支援機構「平成27年度外国人留学生在籍状況調査結果」より筆者作成

以上のように、日本企業はベトナム進出を急速に拡大しており、ベトナムでは日系企業や日本での就職のために日本語を学ぶ人口が増えている。この状況は一見すると、日本企業の需要とベトナム人の供給がマッチしているよう見える。しかし、実際はそううまくいっていないようだ。筆者がベトナムで実施したインタビューでも、日本人とベトナム人の企業内コミュニケーションが問題であるという回答は多かった。加えて、「ベトナムにある日系企業で、(現地のスタッフと)日本語でコミュニケーションを取っている企業はほぼない」(ホーチミン人材派遣会社、日本人)や、「(当現地法人内の) マネジメント層の会話は英語であることが多い」(ホーチミンの日系企業、日本人)という回答も得た。なぜ、日本語でビジネスコミュニケーションが行われていないのか。本稿ではこのギャップの要因を、日本語を母語としない人を対象とした日本語の検定試験の受験者データを用いて、掘り下げていきたい。

本稿のリサーチクエスションを述べる前に、なぜベトナムの日系企業で日本語ビジネスコミュニケーションが行われないことが問題かを確認しておきたい。まず、業務を円滑に行うためには、職場内でコミュニケーションを十分に取ることが重要であることに異論はないだろう。異論が出るとすれば、ビジネスコミュニケーションを日本語で行う必要性があるかどうかということであろう。もちろん、日本語である必要はない。英語でも、ベトナム語でも、十分なビジネスコミュニケーションが取れば問題はない。問題は、何語であれ、十分なビジネスコミュニケーションを取れるだけの語学力が、ベトナムの日系企業従業員にあるかどうかである。本稿で使う「ビジネスコミュニケーションに必要な語学力」は、ビジネスシーンで「特定の言語を構成する言葉や意味のシグナルを理解し、巧みに扱うことができる能力であり、その能力によって、その特定の言語を使って意味を伝えることができる(注：筆者訳)」(Brannen, 2004)と定義する。まず、ベトナム語でビジネスコミュニケーションを行うのは、日本人従業員の語学力に問題がある。なぜならベトナムの日系企業の日本人従業員は、ほぼ日本本社からの駐在員であり、数年後には日本本社か別の国に異動になるのが通常である。赴任時からベトナム語を学習し始めても、ベトナム語を習得するまでにはいかないようだ。筆者が行ったインタビューでも「週1回家庭教師をつけて、ベトナム語を習っている。もう4年ぐらいになる。しかし(ベトナム語を)身につけるのは英語より難しい。(なぜなら)ベトナム語には(英語のように)片言がなく、発音や文法が間違っていると全然理解してもらえない」(ホーチミンの日系企業、日本人)や、「(ベトナム語は)日本語よりも中国語よりも音が多いので、日本人が学ぶのは難しいと思う」(ホーチミンに語学留学中の大学生、日本人)と、日本人がベトナム語を習得する難しさを示した発言があった。一方で、ベトナム在住の日系企業での英語ビジネスコミュニケーションにも問題があるようだ。筆者が行ったインタビューでも、「英語は日本人ベトナム人双方にとって外国語。心が伝わりにくい(注：英語を筆者が日本語訳)」(ホーチミンの日系企業従業員、ベトナム人)という、日本人、ベトナム人双方の英語力不足によるビジネスコミュニケーションの問題が

確認できた。つまり、ベトナムの日系企業でビジネスコミュニケーションをベトナム語や英語で行うことも難しい。であれば、せっかくベトナム人が日本語を学んでくれているのであるから、日本語でビジネスコミュニケーションをとるのが一番いいのではないかという前提で、本調査を進めている。

本稿のリサーチクエスションは、RQ1：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得するのは難しいか、RQ2：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際に、特に難しい箇所があるか、である。分析は、サーティファイ社から提供を受けた「実践日本語コミュニケーション検定（以下、PJC⁽¹⁾）」の受験者データを用いた。当検定は、日本語を母語としない人を対象にした日本語の検定であり、日本語の言語知識ではなく、日常生活及び就労場面における日本語によるコミュニケーションの能力の測定に重点を置いている。分析手法は、PJCの得点を用いた定量分析と、PJCの問題と解答・解説を用いた定性分析の両方を行った。

本調査結果は、多くの情報を含んでおり、興味深いものであった。定量分析結果では、ベトナム人が他の外国人と比べて得点が低いことが判明した。これは、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得することは他の外国人と比べて困難であることを示していると考えられる。また、定性分析結果から、上記のベトナム人の日本語ビジネスコミュニケーション習得の困難さは、日本とベトナムの国の文化の違いが影響している可能性があることが確認できた。

これ以降の本論文の構成は以下のとおりである。2では先行研究のレビューを行う。3では分析の枠組みとして、本稿で用いる用語の定義、リサーチクエスション、調査の概要を述べる。4では定量分析の結果をまとめ、5では定性分析結果を述べる、6では結論と今後の研究課題を述べる。

2. 先行研究レビュー

2-1. 日本とベトナムの文化

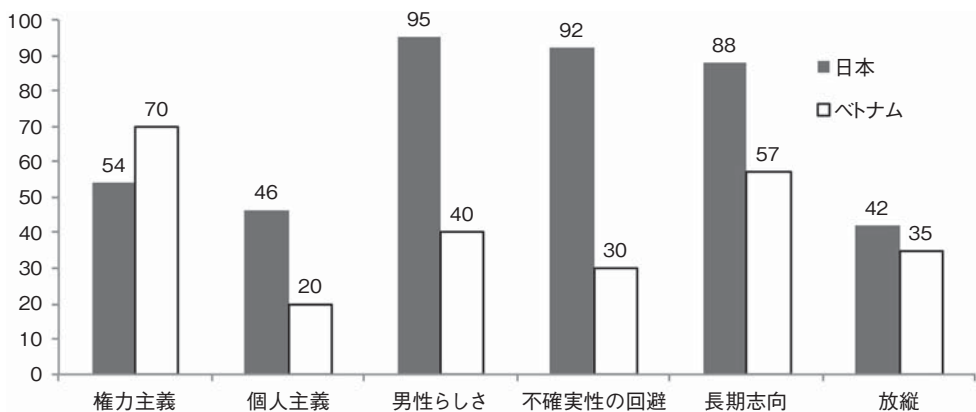
国の文化とその特色について、Hofstede（1991, 邦訳）は、「文化は、集合的に人間の心に組み込まれたプログラムであり、そのプログラムは集団によってあるいは人々のカテゴリーによって異なっている」（p.4）と述べている。そして国民文化を6つの次元に表した。6つの次元とは、「権力主義（power distance）（小↔大）、集団主義（collectivism）－個人主義（individualism）、女性らしさ（femininity）－男性らしさ（masculinity）、不確実性の回避（uncertainty avoidance）（弱↔強）、長期志向（long-term orientation）－短期志向（short-term

(1) Practical Japanese Communication Exam の略称

orientation)、と放縦 (indulgence)－抑制 (restraint) である。

日本とベトナムの国民文化の6次元の点数は(図2)の通りである(the hofstede center, 2016)。ベトナムは、日本と比べて権力主義の点数は高いが、残りの5つの次元はすべて低い。特に「男性らしさ」、「不確実性の回避」と「長期志向」で点数の開きが大きくなっている。これは、日本が「男らしさ」を表す「給与、承認、昇進、やりがい」を重視する一方で、ベトナムは「女性らしさ」を表す「上司、協力、居住地、雇用の保障」(p.127)を重視していることを示している。また、日本は「不確実性を回避」する傾向が高い。不確実性回避が強い社会は、「数多くの細かい法律や暗黙の了解があり、不確実性回避が弱い社会は「守れない法律であれば、変更されるべきである」と考える傾向がある (p.204)。加えて、日本のような「長期志向」の社会では、「仕事に関する主な価値観は、学習、誠実、順応性、説明責任と自立を含」み、「余暇は重要でない」(p.232)と考える傾向がある(Hofstede, 1991, 邦訳)。

図2 日本とベトナムの国民文化の比較



(注) the hofstede center のデータを基に筆者作成

Hall (1976, 邦訳) は、日本の文化は高コンテクストであると述べている。高コンテクストのコミュニケーションでは、「情報のほとんどが身体的コンテクストのなかにあるか、または個人に内在されており、メッセージのコード化された、明確な、伝達される部分には、情報が非常に少ない。」(p.108) したがって、「日本では、生活したり、制度や政府や法律にかかわるうえで、見えないところで起こっていることについて、欧米におけるよりもずっと深く知っていなければならないのである。」(p.129)

本稿では、これら先行研究の総括的な国民の文化が、具体的な日本語ビジネスコミュニケーションの場でどのように現れるのかに着目して分析をしていく。

2-2. 日本企業の職務分担の特徴

日本の組織の特色については広範な研究があるが、本稿では、特に職務分担の特徴を取り上げる。なぜなら、本調査結果から、外国人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際に理解が困難なものの1つとして、日本の職務分担の特徴が考えられるからである。石田（1985）は、日本の組織の職務の概念について、以下のように説明している。

日本の組織は（中略）、明確な個人の分担領域は限られ、誰の分担かがはっきりしない相互依存の領域が広い。相互依存の領域を現実には誰が分担するかは、状況に応じて融通無礙に決められる。上位の人または同僚との相互依存の領域に間隙が生ずると思われる時には、自発的・弾力的に補完行動をとることが望ましいとされる。そのためには絶えず周囲に対して気配りしていなければならない。狭い自己の領域だけに閉じこもる消極的な「気の利かない」人間はダメなのである。（p.11）

丹野ら（2005）は、日本とベトナムの企業の職務分担の考え方の比較を行い、石田と同様の分析をしている。「日本企業では（中略）チームや集団に職務を割り当て、従業員の職務の範囲は状況に応じて行う」（p.63）傾向があるが、ベトナム企業は「従業員の個々の職務範囲が厳密に規定され」ている傾向がある。つまり、ベトナム企業の職務範囲と分担は欧米企業のシステムに近く、日本企業とは異なると述べている。

このベトナムと日本の違いについては、定性分析と考察のところで、ビジネスシーンの具体的な事例を用いて詳しく述べる。

2-3. 文化、言語とグローバル経営

グローバル経営と文化、言語は深い関係があることは、いくつかの先行研究で述べられている。Schein（1999, 邦訳）は、「文化はグループが共有し、当然視している仮定の総和である。その仮定はグループがその歴史を通じて獲得してきたものであり」（p.31）り、「文化が最も明らかに表現されるのは、共通の言語および考え方においてである。」（p.44）と述べている。また、Hall（1976, 邦訳）は、「言語なくしてはコミュニケーションはありえないのであり、それゆえ、文化もコミュニケーションも言語に依存せざるをえないのである。」（p.72）と説明している。

そして、言語とグローバル経営については、Brannen（2004）が、「文化と言語は多国籍企業の意見の衝突の主要因である（筆者訳）」と、Tenzerら（2013）は、「言語の壁が多国籍チームでの信頼構築に影響を及ぼしている（筆者訳）」と述べている。

これら先行研究で扱う言語は「英語」が主である。しかし、本稿では「日本語」を取り扱う。これまでグローバル経営と言えば、日本人が英語力を習得することが当然視されてきた。

しかし、本稿では、日本人が、日本語を学んでいる外国人と日本語ビジネスコミュニケーションを円滑に行うために、日本人が当然視している文化を、言語を通して検討していくこととする。

3. 分析の枠組み

3-1. 定義の整理

本稿では、「語学力」を「特定の言語を構成する言葉や意味のシグナルを理解し、巧みに扱うことができる能力であり、その能力によって、その特定の言語を使って意味を伝えることができる（筆者訳）」(Brannen, 2004) と定義する。そして、「日本語ビジネスコミュニケーション能力」を、この語学力の定義を援用し、特に企業内もしくは顧客など外部の利害関係者に対して日本語で行う語学力とする。また、「日本語ビジネスコミュニケーション能力」は、PJC の点数で代用する。PJC の試験内容は（表 2）の通りである。そのため、日本語ビジネスコミュニケーション能力の中には、PJC に含まれない文法など語学知識の能力は含まない。最後に、本発表で用いる「ベトナム人」と「その他外国人」の範囲は、PJC の受験者サンプル内に限って述べている。

表 2 PJC の試験構成一覧

	問題項目	問題数
基礎知識編 (18 問)	社会人としての心構え	3
	人間関係の作り方	10
	効率的な仕事の進め方	5
事 例 編 (32 問)	来客応対	4
	電話応対	4
	報告・連絡・相談	4
	他社訪問	4
	接遇・接客	4
	クレーム対応	4
	会議・打ち合わせ	4
	面接	4

(注) 「実践日本語コミュニケーション検定ガイドブック」を基に筆者作成

3-2. リサーチクエスション

RQ1：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得するのは難しいか

RQ2：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際に、特に難しい箇所があるか

3-3. 分析方法概要

本調査では、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する困難さを検討するために、サーティファイ社から提供を受けた PJC の受験者データを使用した。このデータには、受験者氏名、年齢、性別など個人属性とともに、総得点、各問題の得点と回答結果（どの選択肢を選んだか）が含まれている。本来これらデータは社外秘であるが、本調査の趣旨に賛同してもらい、特別に提供を受けたものである。データの対象は、日本の会場で実施した PJC 受験者と、ベトナムの大学の日本語学科の学生を対象に実施した際の PJC 受験者である。本分析をベトナム人に着目して行った理由は、ベトナム人のサンプルのみ日本居住者とベトナム居住者の両方が存在するからである。ベトナムの大学の日本語学科の学生は、一度も日本に滞在した経験がない。したがって、同じベトナム人でも日本滞在経験の有無によって、日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際の困難さに差が生じるのかどうかも調査できると考えたのである。

3-4. 分析対象と分析手法

調査は、PJC の受験者データで行った。PJC は、日本語を母語としない人を対象にした日本語の検定であり、日本語の言語知識ではなく、日常生活及び就労場面における日本語によるコミュニケーションの能力の測定に重点を置いている。日本語を母語としない人を対象にした主な日本語の検定はの 3 種類がある（表 3）。最も古くから開始され、年間受験者数が多いのは、日本語能力試験（JLPT）である。実践日本語コミュニケーション検定（PJC）と日本語能力テスト（BJT）は、日本語ビジネスコミュニケーションに重点を置いている。PJC は開始が 2014 年であり、後発の資格試験である。

表 3 日本語を母語としない人を対象にした日本語の検定

項 目	実践日本語コミュニケーション 検定（PJC）	日本語能力試験 （JLPT）	日本語能力テスト （BJT）
主 催	サーティファイ	国際交流基金、 日本国際教育支援協会	日本漢字能力検定委員会
開始時期	2014 年	1984 年	2003 年
年間受験者	非公開	約 120,000 人	約 4,000 人
検定項目	日常生活及び就労場面における 日本語によるコミュニケーションの能力	日本語の言語知識と言 語コミュニケーション 能力	ビジネス場面で必要とさ れる日本語コミュニケー ション能力

（注） 各検定のホームページを基に筆者作成

分析対象のうち、試験の問題は A パターンと B パターンの 2 種類がある。しかし、両パターンとも設問項目は統一されており、平均点も同じレベルになるように調整されているため、

定量分析を行う際には試験問題の種類の差は無視した。

PJC は（表 2）の記載の通り、基礎知識編（18 問）と事例編（32 問）で構成され、各問題は 4 つの選択肢から 1 つを選ぶマークシート形式である。得点は、各 2 点の問題が 50 問あり、100 点（2 点×50 問）満点換算である。

調査対象：PJC の受験者データと PJC の問題と解答・解説

データ期間と場所：2014 年 1 月～2015 年 11 月日本、2015 年 3 月ベトナム

分析手法：定量分析（統計分析）と定性分析（問題文の分析）

なお、分析結果を補完するため、筆者が 2016 年 3 月に行ったホーチミンでの日系企業従業員（ベトナム人、日本人）のインタビュー結果も適宜引用する。

表 4 調査対象者の構成

	人数（人）	平均年齢（歳）	男比率（％）	平均点（点）
ベトナム人	182	22.9	33.0％	35.7
ベトナム在住	96	22.0	4.2％	34.4
日本在住	86	24.0	65.1％	37.3
ベトナム人以外	329	24.8	50.8％	62.4
合 計	511	24.1	44.4％	52.9

4. 定量分析結果と考察

RQ1：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得するのは難しいのかの検証

PJC 受験者データを①ベトナム在住のベトナム人、②日本在住のベトナム人、③日本在住のその他の外国人の 3 つのグループに分けて、分析を行った。

日本語ビジネスコミュニケーションを習得する困難さを示す指標として、PJC の総得点を使用し、3 つのグループの平均点を比べた。そして、この 3 グループの平均値の差が統計的に意味のある差かどうかを確認するため、t 検定を行った（表 5）。

その結果、①ベトナム居住ベトナム人と②日本居住ベトナム人の平均値の比較では有意な差が確認されなかった（ $t = 1.78$, $df = 180$, $n.s.$ ）。これはベトナム人の平均得点は、日本に住んでいるのか、ベトナムに住んでいるのかで差がないことを示している。次に、①ベトナム居住ベトナム人と③日本居住その他外国人を比較したところ、有意な差が確認された（ $t = 19.24$, $df = 315.6$, $p < .01$ ）。最後に、②日本居住ベトナム人と③日本居住その他外国人を比較したところ、これも有意な差が確認された（ $t = 14.85$, $df = 208.5$, $p < .01$ ）。上記の

表 5 居住国別ベトナム人及びその他外国人の平均値と標準偏差及び t 検定の結果

	①ベトナム居住ベトナム人		②日本居住ベトナム人		t 検定
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
総得点	34.35	9.77	37.26	12.23	0.08 n.s.

	①ベトナム居住ベトナム人		③日本居住その他外国人		t 検定
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
総得点	34.35	9.77	62.40	19.28	0.00**

	②日本居住ベトナム人		③日本居住その他外国人		t 検定
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
総得点	37.26	12.23	62.40	19.28	0.00**

** p < .01, * p < .05

結果をまとめると、ベトナム人は居住国（日本かベトナム）にかかわらず、日本居住その他外国人よりも日本語ビジネスコミュニケーション能力が低いと言える。この結果は興味深いものである。なぜなら、筆者は当初、一度も日本に滞在経験のない①ベトナム居住ベトナム人は、日本に住んでいる②ベトナム人や③その他の外国人よりも日本語ビジネスコミュニケーション能力が低いだろうと予想していた。しかし、結果から判断すると、①ベトナム居住ベトナム人の平均点（34.4 点）と②日本居住ベトナム人の平均点（37.3 点）は統計的に差がなく、③日本居住その他外国人の平均点（62.4 点）との差は、ベトナム人であることが起因しているように見える。したがって、RQ1：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得するのは難しいのかは支持されたと考えることができる。

RQ2：ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際に、特に難しい箇所があるかの検証

RQ1 を検証するために行った t 検定結果から、ベトナム人は日本居住でもベトナム居住でも日本語ビジネスコミュニケーション能力に差がないことが判明した。そのため、RQ2 の検証は、ベトナム人とその他の外国人の 2 グループに分けて分析を行った。日本語ビジネスコミュニケーションをカテゴリー分けする方法として、まず（表 2）の PJC の試験項目にしたがって、「基礎知識編」と「事例編」に分けた。これは、授業などで習う日本の職場における一般常識に関する知識があることと、実際のビジネスシーンで適切な対応を選択できるかは別のビジネスコミュニケーション能力だと判断したためである。もう一つは、PJC の問題を筆者が読んで、「社内コミュニケーション」と「社外コミュニケーション」に分けた。これは、上司や同僚と行う社内コミュニケーションの方が日本の経営の特色を表しており、日本語ビジネスコミュニケーション学習者には難しいのではないかと考えたからである。

表6 ベトナム人とその他外国人の正答率の平均値と標準偏差及びt検定の結果

	ベトナム人 (n = 182)		その他外国人 (n = 329)		t 検定
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
基礎知識編	0.37	0.14	0.64	0.21	0.00**
事例編	0.35	0.13	0.61	0.20	0.00**
社内コミュニケーション	0.36	0.13	0.63	0.21	0.00**
社外コミュニケーション	0.35	0.13	0.62	0.20	0.00**
総得点 (点)	35.73	11.06	62.40	19.28	0.00**

** p < .01, * p < .05

(表6) が、ベトナム人とその他外国人の各カテゴリーの平均正答率を比較したものである。比較対象を、素点ではなく正答率とした理由は、「基礎知識編 (18 問)」、「事例編 (32 問)」、「社内コミュニケーション (19 問)」、「社外コミュニケーション (31 問)」と各カテゴリーで問題数が異なるからである。そして、この2グループの平均正答率の差が統計的に意味のある差かどうかを確認するため、t 検定を行った (表6)。その結果、ベトナム人とその他外国人の平均正答率は、「基礎知識編」($t = 17.50$, $df = 493.3$, $p < .01$)、「事例編」($t = 18.05$, $df = 500.4$, $p < .01$)、「社内コミュニケーション」($t = 17.37$, $df = 503.3$, $p < .01$) と「社外コミュニケーション」($t = 18.71$, $df = 496.1$, $p < .01$) の、すべてで有意な差が確認された。この結果を解釈すると、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際に、特に難しい箇所があるかどうかを定量的分析で探索したところ、ベトナム人はすべてのカテゴリーで、その他外国人と比べて日本語ビジネスコミュニケーション能力が低く、特に難しい箇所があるとは言えない結果となり、RQ2 は支持されなかったと考えた。

5. 定性分析結果と考察

RQ2 が定量的分析で支持されなかったことから、エクセルのソート機能を利用した定性分析を行った。具体的には、PJC の全 50 問の正答者比率 (正答者数/受験者数×100) を算出し、ベトナム人の正答者比率で昇順並び替えを行った。このソート機能により、2 つにカテゴリー分けした定量分析では考慮できなかった個々の問題の内容をより深く見ることができた。(表7) はベトナム人の正答者比率が低い問題と、高い問題をそれぞれ昇順、降順で表示したものである。

まず、正答者比率が低い問題を見ると、日本のビジネスの特色と考えられる事例があがっている。最も正答者比率の低かった「事例編：来客応対、受付担当者不在時の代わりの対応 (10.44%)」は、受付担当者が席を立てて不在時に来客があった場合、販売担当の「あなた」がどう対応するかを4つの選択肢から選ぶ問題である。正解は、「選択肢1：いらっしゃい

表7 ベトナム人の正答者比率が低かった/高かった問題

問題項目	領 域	内 容	正答者比率 (%)	
			ベトナム人	その他外国人
事例編	来客応対	受付担当者不在時の代わりの対応	10.44	37.08
事例編	会議・打ち合わせ	会議において担当部署の責任の慣習	17.03	54.41
事例編	面接	面接官の質問の意図を読み取る	19.78	56.53
基礎知識編	効率的な仕事の進め方	名刺交換の仕方	20.33	53.50
事例編	報告・連絡・相談	上司に相談する場合の話し方	20.33	49.54

問題項目	領 域	内 容	正答者比率 (%)	
			ベトナム人	その他外国人
事例編	接遇・接客	接客時に必要な代案・提案の工夫	67.03	79.94
基礎知識編	人間関係の作り方	あいづちの打ち方	65.93	75.99
事例編	接遇・接客	接客時に必要な言い回し	59.34	83.89
基礎知識編	社会人としての心構え	日本企業で求められる勤労意識	55.49	85.71
事例編	面接	面接官から受けた逆質問の対応	54.40	70.82

ませ。本日はどのようなご用件でお越しでしょうか。」であるが正答者比率は約10%であった。そして、受験者の約60%が誤答「選択肢4：いらっしゃいませ。申し訳ありませんが、こちらでお待ちいただけますか。」を選んでいて、これは日本に特色的なビジネスコミュニケーションを反映しており、興味深い結果である。石田（1985）は、「日本の経営の職務の概念と組織の編成」について、次のように説明している。

日本の組織は（中略）、明確な個人の分担領域は限られ、誰の分担かがはっきりしない相互依存の領域が広い。相互依存の領域を現実には誰が分担するかは、状況に応じて融通無礙に決められる。上位の人または同僚との相互依存の領域に間隙が生ずると思われる時には、自発的・弾力的に補完行動をとることが望ましいとされる。（p.11）

外国の組織では、（中略）個人の占有領域が広く、（中略）個人分担の不明確な相互依存の領域は狭く限られている。個人の職務内容・責任・権限が明確に想定され、個人責任のあいまいな境界領域は徹底的に除去しようとする（pp.11-12）

石田は、日本の組織には「個人の職務内容・責任・権限」が「はっきりしない相互依存の領域が広く」、「状況に応じて」「自発的・弾力的に」「分担」することが「望ましいとされる」と説明している。逆に、「外国の組織」では、「個人の責任のあいまいな境界領域は」「除去しよう」とされていると分析する。したがって、このPJCの問題「事例編：来客応対、受付担当者不在時の代わりの対応」では、受付担当者が不在の時に来客があった場合、日本の

組織では受付担当ではない「あなた」が、気を利かせて自発的に受付担当の職務を分担し「本日はどのようなご用件でお越しでしょうか。」と対応することが求められている。しかし、多くのベトナム人はこの日本語ビジネスコミュニケーションを理解せず、来客には「申し訳ありませんが、こちらでお待ちいただけますか。」と担当者の不在で不便をかけていることは謝罪するものの、受付担当者の職務を自ら分担はしないことが正しいと考えているのである。ちなみに、この問題はその他外国人の正答者比率も40%未満であり、ベトナム人に限らず外国人には理解しづらい日本語ビジネスコミュニケーションと考えられる。

ベトナム人の正答者比率の低いほかの問題も、日本や日本語の特色を踏まえたものである。例えば、「事例編：面接、面接官の質問の意図を読み取る」では、面接官の質問の言葉ではなく、なぜそんな質問をしたのか面接官の意図を読み取ることができるかどうかを判定する問題である。日本は高コンテクストのため、本当の情報は面接官が発した言葉よりも会話文の文脈に埋め込まれている。この文脈が読めるかどうかを聞いているのである。

逆に、ベトナム人の正答者比率が高い問題は、「事例編：接遇・接客、接客時に必要な代案・提案の工夫」や「事例編：接遇・接客、接客時に必要な言い回し」など、ベトナムの国民文化の価値観「短期志向」に近い問題であった。ベトナムは日本よりも「短期志向」が強いため、当面の利益にすぐに結びつく客へのセールスなどの会話に関わる日本語ビジネスコミュニケーションには、比較的容易に適応できると考えられる。

6. 結論と今後の課題

本調査の目的は、日本人のグローバル・マインドセット―「異文化に起因する多様性を意識して受け入れる性格と、この多様性を統合できる能力（筆者訳）」(Gupta & Govindarajan, 2002)―を育成するために、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する際の困難さを異文化マネジメントの観点から検討することであった。

本調査での発見は2つある。1つめの発見は、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得することは、他の外国人と比べて困難であるとわかったことである。ベトナム人のPJCの平均点の低さは、総得点で見ても、カテゴリー別の得点で見ても、統計的に有意であった。この理由は、いろいろ考えられる。例えば、日本語とベトナム語の言語体系が大きく異なっていること、ベトナム人の日本語学習期間が短いこと、日本語学習環境が整備されていないことなどが考えられる。いずれにせよ、多くのベトナム人が日本語を学んでいるので、ビジネスコミュニケーションを日本語で行うことができるというほど、状況は単純ではないことがわかる。2つめの発見は、PJCの問題の定性分析によって、ベトナム人にとって日本語ビジネスコミュニケーションの習得が難しいのは、ベトナムと日本の文化の違いに起因している可能性を見出したことである。例えば、日本とベトナムの職務概念の違いや、

高コンテキストの面接質問の意図を読む設問などでベトナム人の正答者比率が低く、逆にベトナムの文化「短期志向」に近い、利益を得るための接客対応ではベトナム人の正答者比率が高いことが確認された。

この発見は、学術的にも実務的にも意義がある。まず、学術的には、ベトナム人が日本語ビジネスコミュニケーションを習得する困難さを異文化マネジメントの先行研究を基に解釈を行ったことである。そして、実務的には、日系企業がベトナム人や外国人とともに働く場合、文化の違いを意識し、その違いを統合する気づきを示せたことである。例えば、筆者が行ったインタビューでも、何人かの日本人は、「ベトナム人は気が利かない」と批判していた。しかし、この「気が利く」というのは、日本の文化を共有している人たちの間で行うことであり、国の文化の異なるベトナム人に「気を利かせる」ことを期待するのは、見当違いだということを心に止める必要がある。さらに、日本は高コンテキストの文化であり、「日本人は、他人の間違いを注意したり、物事をいちいち説明したりはしない。そんなことは当然知っているはずだと思い、知らないと感じる。」(Hall, 1976, 邦訳, p.129) 傾向があることを意識すべきである。そして、自分たちが職場で期待することは相手に「いちいち説明」する必要があることを認識すべきである。

最後に、調査の限界と今後の課題を述べる。本調査には、データの内容が不十分という限界がある。具体的には、受験者の日本語能力のアセスメントができていないことである。したがって、日本語ビジネスコミュニケーション能力の線引きがあいまいであり、問題文の日本語が理解できていないのか、日本語ビジネスコミュニケーションが理解できていないのかの判別が明確でないという批判を受ける可能性がある。この点については、受験者が最後の設問まで回答し終えていること、及び(表6)の通り、問題文が短い基礎知識編と問題文が長い事例編の正答率がほとんど変わらないこと、さらにPJCは日本語能力試験3級レベル(日本語をある程度理解することができるレベル)以上を対象とした資格試験であることから、問題文の日本語が全く理解できていない可能性は低いと考える。しかしながら、今後は日本語能力と日本語ビジネスコミュニケーション能力の判別ができるよう研究を進めていきたい。加えて、PJCの測定対象は、「読むこと」と「聴くこと」だけであり、「話すこと」と「書くこと」は含まれていない。日本語ビジネスコミュニケーション能力を調査するためには、4技能すべてを対象とすべきである。最後に、今後は学歴や日本の滞在期間、日本語学習期間など個人属性情報を含めて、調査の精度向上を図り、より精緻に研究していきたい。

参考文献

- Barner-Rasmussen, W., Ehrnrooth, M., Koveshnikov, A., & Mäkelä, K. (2014). Cultural and language skills as resources for boundary spanning within the MNC. *Journal of International Business Studies*, 45(7), 886-905.
- Brannen, M. Y. (2004). When mickey loses face: Recontextualization, semantic fit, and the semiotics of for-

- eignness. *Academy of Management Review*, 29(4), 593-616.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2002). Cultivating a global mindset. *The Academy of Management Executive*, 16(1), 116-126.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. 岩田慶治, 谷泰 (訳) (1993) 『文化を超えて』 Tbs プリタニカ.
- Hofstede, G. (1991) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 岩井紀子・岩井八郎 (訳) (2013) 『多文化世界 違いを学び共存への道を探る』 有斐閣, 2013.
- Schein, E. H. (1999). *The Corporate Culture Survival Guide*. 金井 寿宏, 尾川 丈一, 片山 佳代子 (訳) (2004) 『企業文化：生き残りの指針』 東京：白桃書房.
- Tenzer, H., Pudelko, M., & Harzing, A. (2013). The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 508-535.
- 石田 英夫. (1985). 『日本企業の国際人事管理』 東京：日本労働協会.
- 丹野 勲, 原田 仁文 (2005). 『ベトナム現地化の国際経営比較：日系・欧米系・現地企業の人的資源管理, 戦略を中心として』 東京：文眞堂.

URL：

- the hofstede center (2016). Retrieved 6/3, 2016, from <https://geert-hofstede.com/countries.html>
- 国際交流基金. (2016). ベトナム (2014 年度). Retrieved 5/17, 2016, from <https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/survey/area/country/2014/vietnam.html>
- 日本学生支援機構. (2016). 外国人留学生在籍状況調査. Retrieved 5/17, 2016, from http://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_e/index.html
- 経済産業省. (2016). 海外事業活動基本調査. Retrieved 5/17, 2016, from <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/index.html>